关于新媒体在期刊数字化、网络化发展中的应用研究

摘　要：目的：通过对中华预防医学会系列期刊数字化、网络化现状及新媒体使用情况进行调查研究，学习同类期刊的数字化进程及经验，以促进本刊的数字化、网络化发展。方法：选择中华预防医学会系列期刊 69 本为调查对象。通过百度搜索、知网搜索、微信微博搜索，电话询问等方式，调查所选期刊投稿方式、网络优先出版情况、微信公众号及微博使用情况，了解其是否有独立网站及网站是否有出版全文等情况。将所有资料录入 Excel 表格进行统计分析。结果：（1）投稿方式；（2）网站建设情况（3）网络优先出版情况（4）开放存取情况；(5)微信公众号及微博。结论：中华预防医学会系列期刊数字化、网络化有了一定的发展，但仍然存在着一定的问题，需要改进。

关键词：新媒体；期刊数字化；出版产业；网络建设
中图分类号：G2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）06-045-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.06.007

文 / 王娜娜　王宇　叶小舟　王海琴　李方

前言

数字出版产业在我国发展迅速，其产业规模不断壮大，2017 年 9 月发布的《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》中指出，在“十二五”时期数字出版营业收入超过 4400 亿元，较 2010 年增长 318.7%，占新闻出版产业总收入的 20.5%，居行业第二，拉动新闻出版业增长 5.1%。数字化出版不同于受版面限制的传统纸质期刊，可提供更多的附加资料，但国内期刊的数字化出版发展仍然存在着不足。我刊为中华预防医学会系列期刊，为了解同类期刊数字化、网络化现状，本课题组选取中华预防医学会系列期刊，对其数字化、网络化现状及新媒体使用情况进行了调查研究。通过此次调查，学习其他期刊的数字化进程及经验，以促进本刊的数字化、网络化发展。现报道如下。

1. 资料与方法

1.1 调查资料

选择中华预防医学会系列期刊为调查对象。中华预防医学会系列期刊共 69 家。期刊包括《中国预防医学杂志》《中国公共卫生》《中国学校卫生》《中国农村卫生事业管理》《中华疾病控制杂志》《中华高血压杂志》《中国工业医学杂志》《中国生物制品学杂志》《中国妇幼保健》等多种涉及范围不同的杂志，限于篇幅问题本文将不在此一一列举。

1.2 调查方法

通过百度搜索、知网搜索、微信微博搜索、电话询问等方式，调查所选期刊投稿方式、网络优先出版情况、微信公众号及微博使用情况，了解其是否有独立网站及网站是否有出版全文等情况。将所有资料录入 Excel 表格进行统计分析。

2. 结果

2.1 投稿方式

本调查结果显示，中华预防医学会系列期刊 69 家中，69 家系列期刊投稿方式调查结果为：54 家（78.3%）编辑部采用在线投稿方式；3 家（4.3%）采用在线和电子邮箱投稿方式，其中一家采用非采编系统的单向投稿，只用电子邮箱投稿方式为 12 家（17.4%），没有一家采用纸质投稿。

2.2 网站建设情况

在调查的 69 家期刊中，69 家系列期刊网站建设情况为：有 63 家（91.3%）期刊有独立的网站(包括中国知网等大型期刊全文数据库的投稿平台)；6 家（8.7%）没有自己的网站。

2.3 网络优先出版情况

以在中国知网的网络优先出版为例，69 家系列期刊网络优先出版情况为：中华预防医学会系列 69 家期刊中，有 46 家有网络优先出版标识，占 66.67%，其余 23 家无网络优先出版标识，占 33.33%；而在无网络优先出版标识的 23 家中，有 12 家有网络首发标识，11 家无网络首发标识。

2.4 OA 情况

69 家期刊全文 OA 情况为：网站上传全文并 OA 的期刊 32 家(46.4%)，仅刊登摘要的期刊 23 家(33.3%)。

2.5 微信公众号及微博

调查结果显示:(1)系列期刊微信公众号的调查结果，69 家中华预防医学会系列期刊 36 家开通微信公众号，开通率达 52.2%，而 33 家（47.8%）没有开通微信公众号；(2)系列期刊微博账号的调查结果，11 家开通微博账号，开通率达 15.9%；而 58 家（84.1%）未开通微博账号。

基金项目：江苏省期刊协会 2017 年度立项课题（项目编号：2017JSQKB25）；新媒体在期刊数字化、网络化发展中的应用研究（项目编号：2017JSQKB25）。

3. 讨论

新媒体的介入使期刊数字化和网络化的发展进程加速，其应用有助于打破传统期刊中固化的图像图表。数字化出版不同于受版面限制的传统纸质期刊，可提供更多的附加资料，改变了传统的期刊出版流程，使之在信息组织和生产、编辑审读和修改、生产过程和管理、传播形式与渠道更具有优越性。本课题组选取中华预防医学会系列期刊，对其数字化、网络化现状及新媒体使用情况进行了调查研究，学习同类期刊的数字化进程及经验，以促进本刊的数字化、网络化发展。

3.1 投稿方式

期刊投稿方式从最初的纸质投稿到现在的在线投稿，共经历了三个不同的阶段：纸质投稿、电子投稿、在线投稿。纸质投稿耗时耗力，期刊编辑部运行效率低下。电子稿投稿较纸质投稿是一次飞跃发展，只需转发电子版即可，推进无纸化办公。线投稿方式，作者通过编辑部提供的网络界面直接将稿件发送给编辑部，主要分为两种方式，一是投稿后编辑部通过网络接收到稿件后；另一种方式为作者通过稿件采编系统进行投稿，投稿后，编辑部的审稿编辑均可在网络上进行。

本研究调查结果显示，中华预防医学会系列期刊编辑部使用在线投稿 54 家，采用在线和电子邮箱投稿方式 3 家，其中一家采用非采编系统的单向投稿，只用电子邮箱投稿方式为 12 家，没有一家采用纸质投稿。说明纸质投稿已退出历史舞台，在线采编系统在中华预防医学会系列期刊中已基本普及。也有人提出网络化和数字化是把双刃剑，电子邮箱和在线采编系统被盗取密码或被黑客攻击现象已有出现，作者信息被盗取已有发生，所以在期刊网络化、数字化过程中要注意网络安全，加强日常维护，切实保障编辑部及作者的信息安全。

3.2 网站建设情况

在调查的 69 家期刊中，有 63 家期刊有自己的网站（包括中国知网等大型期刊全文数据库的投稿平台）；54 家（78.3%）编辑部采用在线投稿方式。其中，部分期刊网站提供的信息量较大，信息发布、稿件在线处理系统、网刊发布、综合服务的功能较为齐全，网站的质量较高，编辑部能够根据期刊自身的特色和要求进行栏目设置，但这类网站需要编辑部投入一定的资金和人力进行定期维护、更新。因此，从总体上来说，大部分期刊已经逐步认识到进行网站建设是期刊发展的必然趋势，是期刊扩大影响的重要途径。将期刊网站作为纸质期刊的延伸、发展和补充，可以加快纸质期刊的传播速度，让广大作者、读者通过期刊网站对期刊有更全面、更深入的了解，同时，突破时间和空间的制约，实现网络环境下的资源集中和共享，进一步密切和加强编辑部与作者、读者、审者之间的沟通与联系。[1]

3.3 网络优先出版情况

网络优先出版是指在符合国家出版政策法规的前提下，在正式印刷之前，将编辑部定稿的稿件在具备网络出版资格的数字出版平台上提前发布。目前，国内期刊实现网络优先出版的方式一般以与数据库（知网、万方、维普等）的合作为主要方式，也有在自行建立的独立网站上实行优先出版。本次研究发现，在中华预防医学会 69 家期刊中，超过 66.67% 的期刊实现了在知网上的优先出版，在未实现优先出版的 23 种期刊中，又有半数实现了网络首发。而网络优先出版与网络首发还存在一定的差距，首先，网络优先出版发表于纸质印刷之前；其次，网络优先出版的版本后期可能会有内容的改动。而网络首发则是内容已经确定，与纸质印刷版本相同，第一次在网络上进行发表。虽然二者都是在网络上进行了传播，但网络优先出版的时间比网络首发要早。

对于作者而言，网络优先出版可以使其研究成果更早的以论文形式发表，更先一步可被读者所了解，使其研究成果的传播得到一定的加速。并且由于传统期刊出版的时滞较长，从论文投稿开始算起，到这篇论文最终纸质出版，要经历三审三校、版面安排、制版印刷等众多繁复的过程，据统计，核心刊物上发表论文的时滞可长达 6~8 个月，而网络优先出版可以实现尽早地出版，一般比正式出版提前数周甚至数月，有效地缩短了论文发表的时滞，并且可以及早确认作者对研究成果的首发权，使最新研究成果能够以最快的速度进行发表。同时，网络优先出版也可以满足作者的某些紧急需求，如评定职称、考核业绩、科研成果等。

对于读者而言，网络优先出版可以让他们尽快地了解到某些领域的最新研究成果，第一时间获取到最新的科研信息，帮助读者确定科研方向，提高其科研创新能力。并且在中国知网的网络优先出版时，需要填写作者单位、摘要、关键词、中图分类号等基本信息，基金、作者简介、文献标识、栏目名称等扩展信息，以及创新点名称与内容、是否重点推荐等其他选填项目，这些信息可以增加文章的个性，提高了论文的展示度，方便读者按需对文章进行检索。

对于期刊而言，网络优先出版可以有效扩大期刊影响力，缩短论文发表时滞，可以吸引更多、更好的优质论文，吸引更多的读者前来阅读，同时对于提高期刊的总被引频次及影响因子也有一定的作用。有研究表明，网络优先出版较传统印刷出版后网络出版平均提前 4 个月，网络出版后 1 年的下载频次更高，因此，网络优先出版可有效提高期刊的核心竞争力和国际影响力。网络优先出版对学术发展交流有一定的促进作用，快速发表和传播研究成果能够尽快实现研究成果的价值，快速发表可以加快研究 – 成果出版 – 促进新研究的循环，促进科学研究的快速发展。

然而，现阶段国内的网络优先出版尚存在一定的局限性。首先，网络优先出版的时间，很多期刊虽然引进了网络优先出版，但往往是在印刷当月进行优先出版，并且出版内容与最终纸质版相差无几，时间上也没有太多的差距，与网络优先出版原有的意义相去甚远。其次，有的期刊对网络优先出版的要求不严格，一味追求速度而忽略了质量，导致优先出版的版本信息不完善或

者是与正式出版内容相差过大，或者仅是以作者的要求为主，只是应需而设，作者要求便优先出版，作者不需求便没有优先出版。再者，现阶段存在网络优先出版版本与最终正式出版版本混杂不清的情况，虽然很多期刊依靠 DOI 码有效解决了这一乱象，但是这种现象依旧存在。并且，众多期刊的网络优先出版仅仅是局限于国内，并没有走出国门，走向世界，在世界范围内认可度较低，在这一方面仍需努力。

3.4 OA 情况

论文是期刊网站信息建设的核心部分，关乎期刊的学术影响力、网站的点击率、学术的传播流效率，乃至期刊编辑部的效益。本研究 69 家期刊中，网站上传全文并 OA 期刊 32 家，仅刊登摘要的期刊 23 家。在传统的出版模式下，以科研论文形式呈现的科研成果由于版权归出版商所有，往往成了学术出版集团的垄断产品，或者在纸质版出版后，所有论文上传至中国知网、万方等数据库中，并不能供读者自由阅览、下载，全文阅读均需要收费。而论文 OA 的出现，打破了这种壁垒限制，打开了学术论文阅读的全新模式。OA 让所有用户可以立即、免费、在线取得研究论文。[2] 这使得科研论文有更多的机会获得关注和引用，从而提高科研成果的显示度，方便学术交流，有利于学术成果的传播、交流、引用，以及研究者的学术影响。实行全文上网、开通网上订阅、全文上网能够增加期刊网站的浏览量，提高期刊论文的被引频率和影响力。也有研究显示，OA 模式给论文带来的学术影响力的提升主要表现在论文 OA 出版后的早期，随着出版时间的增加，OA 论文和非 OA 论文的学术影响力慢慢趋同。[3] 因此，期刊应该将论文全文上传至期刊官方网站，但应根据自身条件选择性地 OA 全文，权衡期刊影响力、出版成本与收入的关系。无论使用哪种 OA 策略，其目的都是最大化地利用网络化、数字化的优势，在尽可能不影响期刊经济收益和出版费用的情况下，以适合期刊自身情况的方式，最大限度地扩大期刊和论文的学术影响力。

3.5 微信公众号及微博使用情况

目前，微信和微博等新兴媒体的出现，改变了人们获取信息和知识创新产生的环境。2014 年，中央出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，从 2015 年开始，以“两微一端”为代表的媒介融合格局逐渐形成，微博和微信普及率日渐提升。微信公众号及其特点：用户基数大的同时兼具私密性，阅读自由度高，评论方便，互动性强；性价比高，传统的阅读需要付费，阅读微信公众号上的内容几乎是零花费；微信公众号的内容主题鲜明，不拘一格，更能够吸引读者。目前，期刊微博和 APP 客户端使用者数量较少，期刊微信公众号使用门槛较低，财力投入相对较小，为期刊与新媒体融合的首选，[4,5] 我们的调查结果也与其一致，52.2% 的期刊已经开通微信公众号。

微信公众平台是在微信的基础上推出的一个平台，由于有庞大的用户基数和较强的社交属性，微信公众平台迅速成为用户进行移动阅读的重要入口。[6] 期刊公众平台可实现手机审稿、手机查稿、手机阅读，可提高编辑、审稿专家办公效率，根据读者的兴趣，针对性地进行学术论文推送，信息交流高效，拓展杂志服务内涵，拉近与作者、读者的距离，提高传播效率，从而扩大期刊影响力。[7]

当前，期刊微信公众号运营仍处于初级阶段，有很大的探索空间，栏目设置和信息推送匠心不足，且多媒体推送、微信支付等的开展还刚刚起步。但追赶不可能一蹴而就，借鉴其他行业优秀公众号的成熟运作模式，发挥新媒体易传播、辐射广的长处，不断优化期刊公众号的建设。

综上所述，中华预防医学会系列期刊数字化、网络化有了一定的发展，但还存在一些问题。新媒体的介入使期刊数字化和网络化的发展进程加速，其应用有助于打破传统期刊中固化的图像图表。数字化出版不同于受版面限制的传统纸质期刊，改变了传统的期刊出版流程，使之在信息组织和生产、编辑审读和修改、生产过程和管理、传播形式与渠道更具有优越性。媒

参考文献

[1] 刘飚，邢飞，徐威 . 国外科技期刊网站的调查与思考 [J]. 中国科技期刊研究，2009，20（3）：479-483.

[2] 张倩 . 传统科技期刊向 OA 期刊转型的可行性探讨 [J]. 湖南科技学院学报，2014，35（7）：186.

[3] 刘洢颖，姚长青，田瑞强 . 复合开放存取期刊中开放存取论文学术影响力研究 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（2）：156-165.

[4] 韩燕丽，董晶 . 期刊出版在新媒体领域的探索——以微信公众号的功能和运营探讨为例 [J]. 科技与出版，2018（3）：64-68.

[5] 朱剑 . 学术新媒体：缘何难以脱颖而出 [J]. 北京交大学学报（社会科学版），2015（4）：7-17.

[6] 2016 最新微信用户数据报告解读 [EB/OL].[2016-04-14]. http：//www.heleasy.com/News/5676.html.

[7] 谢镒逊 . 学术期刊微信公众号的运营问题与改进策略 [J]. 新媒体研究，2017（2）：63-64.

（作者单位：江苏 南京 《中国临床研究》编辑部）